



QUEBECOR MEDIA

Isabelle Dessureault
Directrice générale, Communications
Téléphone : (514) 380-7501

Le pouvoir infini du câble

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Sur les traces des Pierce Brosnan, Johnny Depp ou Guy A. Lepage
**VIDÉOTRON LANCE UNE IMPORTANTE OFFENSIVE
PROMOTIONNELLE DE SON SERVICE *ILLICO* SUR DEMANDE**

Montréal, le 10 mai 2005 – À compter d'aujourd'hui, les abonnés au service de télévision numérique *illico* de Vidéotron pourront s'aventurer sur les traces de leurs stars préférées en participant au concours « Vivez l'expérience *illico* sur demande! ».

En commandant un film vedette à partir du service de vidéo *illico sur demande*, un client pourra gagner un prix hebdomadaire intimement lié à l'action ou au lieu du récit du film. Voyage aux Bahamas, à Londres, à New York ou à Cuba, équipement de mise en forme et tente roulotte feront des heureux parmi les cinéphiles abonnés de Vidéotron.

Cette promotion fait l'objet d'un battage publicitaire sans précédent pour un concours de Vidéotron en télé, en radio, en marketing direct et en imprimés.

Les campagnes télé et radio comprennent chacune un message différent par semaine, pendant 6 semaines, présentées respectivement sur les ondes du réseau TVA, LCN, Mystère et de Radio Énergie.

En plus des publicités pleine page prévues dans Le Journal de Montréal et Le Journal de Québec, un encart a été inséré dans le 24 heures de la semaine dernière et des annonces paraîtront dans le magazine 7 Jours.

Pour participer au concours, l'abonné Vidéotron doit commander un des six films vedettes, au nombre de un par semaine, et il sera automatiquement inscrit au tirage hebdomadaire. Pour ***Complot au crépuscule, avec Pierce Brosnan*** (9 au 15 mai), le prix à gagner est une semaine pour deux aux Bahamas*, une gracieuseté du Club Med. Pour ***Voyage au pays imaginaire, avec Johnny Depp*** (16 au 22 mai), une semaine pour deux à Londres*, une gracieuseté de Vacances Transat *. Pour ***Bridget Jones : l'âge de raison, avec Renée Zellweger*** (23 au 29 mai), un équipement de mise en forme*, une gracieuseté de Club Piscine Super Fitness. Pour ***Blade III : La trinité, avec Wesley Snipes*** (30 mai au 5 juin), un périple pour deux pour découvrir New-York de nuit*. Pour ***Camping Sauvage, avec Guy A. Lepage*** (6 au 12 juin), une tente roulotte 6 places*, gracieuseté de Caravane Vaillancout et finalement, pour ***L'autre belle-famille avec Robert de Niro*** (13 au 19 juin), un voyage pour quatre personnes à Cuba*, gracieuseté de Cubana, Hotel Playa Costa Verde et Varaplaya Tours.

« Notre service de vidéo *illico sur demande* connaît une croissance fulgurante et nous comptons offrir à nos abonnés encore davantage d'exclusivités », de commenter Pierre-Luc Poliquin, directeur principal, télédistribution chez Vidéotron.

Vidéotron Itée (www.videotron.com), filiale à part entière de Quebecor Média inc., est une société intégrée de communications œuvrant dans les domaines de la télédistribution, du développement multimédia interactif, des services d'accès Internet et de la téléphonie résidentielle. Vidéotron est un chef de file en nouvelles technologies, grâce notamment à son système de télévision interactive *illico* et à son réseau à bande large lui permettant d'offrir, entre autres services, l'accès Internet haute vitesse par modem câble et la télévision en modes analogique et numérique. Au Québec, Vidéotron compte 1 453 000 abonnés à son service de télédistribution, dont plus de 334 000 abonnés à *illico*. Vidéotron est également le leader de l'accès Internet haute vitesse au Québec avec 527 000 abonnés à ses services par modem câble et téléphonique.

CRÉDITS DE LA CAMPAGNE
« Vivez l'expérience *illico* sur demande! »

Client : Vidéotron - Secteur Consommateurs

Vice-présidente – Marketing et développement de nouveaux produits : Manon Brouillette

Directeur principal - Publicité et promotion : Marc Poirier

Directeur principal - Télédistribution : Pierre-Luc Poliquin

Directrice marketing – Télédistribution : Chantal Query

Campagne produite par l'agence Délit de fuite

Concepteur - Directeur artistique : Benoît McNicoll

Directrice de projet : Mélanie Pagé

Production : Bleu film publicitaire

Productrice : Mélanie Pagé

Producteur délégué : Benoît McNicoll

Réalisateurs : Marc-André Lavoie et Jean-René Parenteau

Directeur photo : Marc-André Lavoie

Direction artistique : Marie-Hélène Lavoie

Post-production : Orange Médias & Studio Transology

Monteur : Simon Parizeau

Habillage et mixage sonore : Pascal Nguyen